

亀岡観光アンケート調査 2018



亀岡商工会議所

1. アンケート調査の概要

(1) 調査目的

亀岡商工会議所が実施する経営発達支援計画において、亀岡市の観光資源であるトロッコ列車をはじめ、保津川下り、湯の花温泉における観光客等の、宿泊・飲食・土産物品等の需要ニーズを探るため、聞き取りアンケートを使った市場調査を行い、整理・分析することで個社の「経営状況の分析」「事業計画策定支援」「新たな需要の開拓に寄与する事業」に役立てることを目的とした。

(2) 調査の概要

実施場所	実施日時	有効回答数
トロッコ嵯峨駅	平成 29 年 10 月 21 日 (土) 08 : 30～12 : 30	41
保津川遊船	平成 29 年 11 月 29 日 (水) 09 : 30～11 : 30	34
湯ノ花温泉	平成 30 年 3 月 23 日 (金) ～3 月 29 日 (木)	10
	合計	85

(3) アンケート項目

以下のアンケート項目について、調査を実施した。

調査目的	項目
属性調査	問 1. 性別 問 2. 年齢 問 3. お住まいの地域 問 4. 同行者
需要動向調査	問 5. 購入したもの 問 6. 美味しかったもの
消費ニーズ調査	問 7. 利用・改善したいサービス

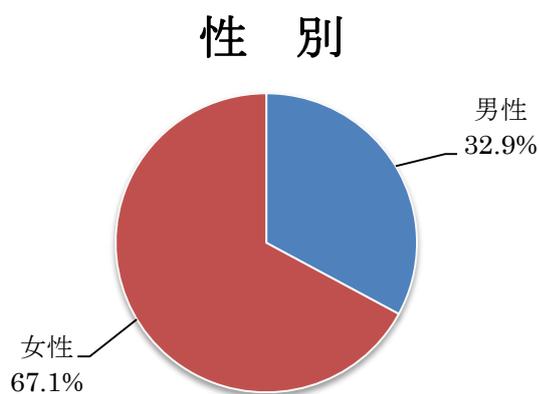
2. アンケート調査結果

(1) 回答者の属性

①性別

アンケート回答者は「女性」が約 7 割、「男性」が約 3 割であった。

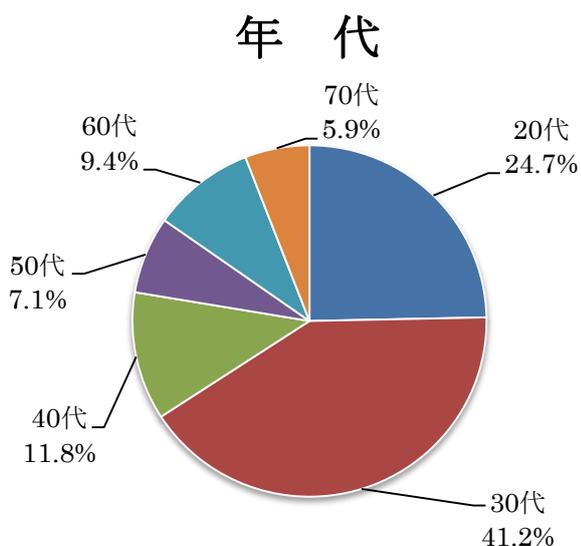
	人数	比率
男性	28	32.9%
女性	57	67.1%
合計	85	100%



②年代

30代が41.2%と最も多い。次いで、20代が24.7%、40代が11.8%と続く。20~30代で全体の約6割以上を占める結果となった。

	人数	比率
20代	21	24.7%
30代	35	41.2%
40代	10	11.8%
50代	6	7.1%
60代	8	9.4%
70代	5	5.9%
合計	85	100%

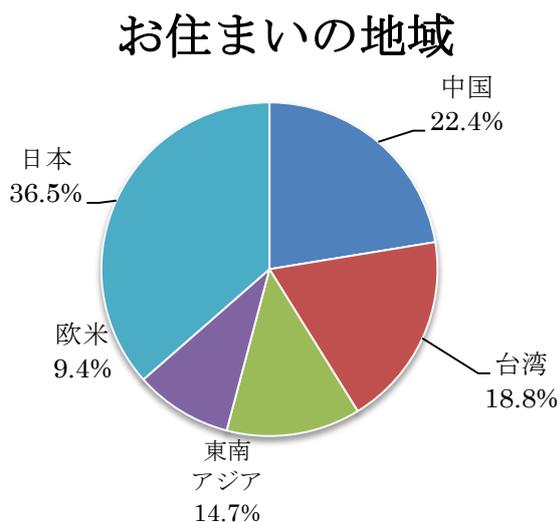


③お住まいの地域

お住まいの地域は、日本が 36.5%と最も多く、次いで、中国が 22.4%、台湾が 18.8%と続く。国内と海外の比率で見ると、国内の観光客に対して海外観光客が 63.5%と圧倒的に多い。

地域別にみると中国・台湾・東南アジアで 5 割超を占めているところに注目したい。

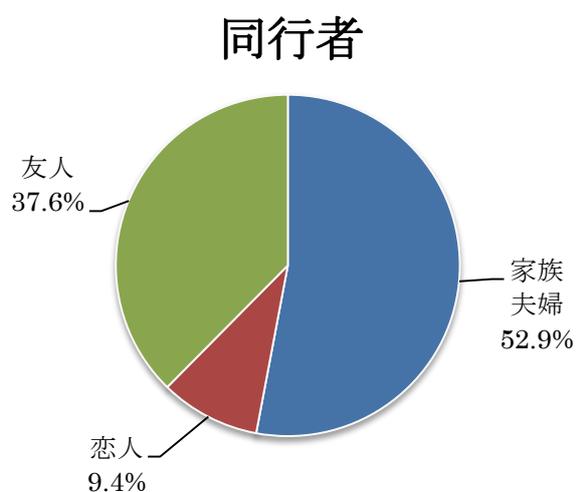
	人数	比率
中国	19	22.4%
台湾	16	18.8%
東南アジア	11	12.9%
欧米	8	9.4%
日本	31	36.5%
合計	85	100%



④同行者

同行者は、家族・夫婦が 52.9%と最も多く、次いで友人 37.6%、恋人が 9.4%である。家族・夫婦と友人・恋人の割合はほぼ半分という結果になった。

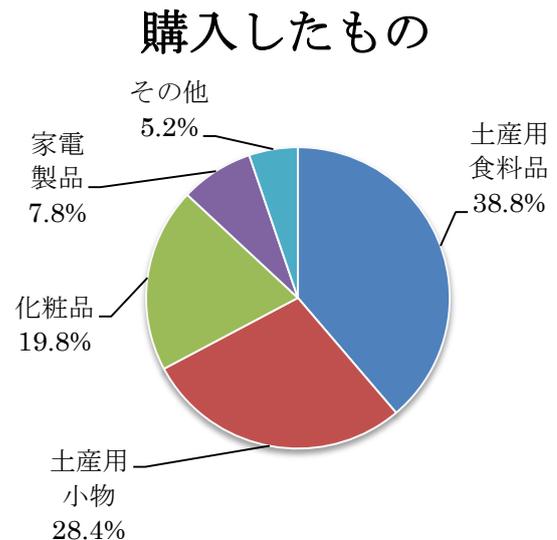
	人数	比率
家族・夫婦	45	52.9%
恋人	8	9.4%
友人	32	37.6%
合計	85	100%



⑤購入したもの

購入したものは、土産用食料品が 38.8%と最も多く、次いで土産用小物が 28.4%、化粧品が 19.8%であった。お土産を 67.2%の方が購入しているが、化粧品の購入割合も全体の約 2 割という点にも注目である。

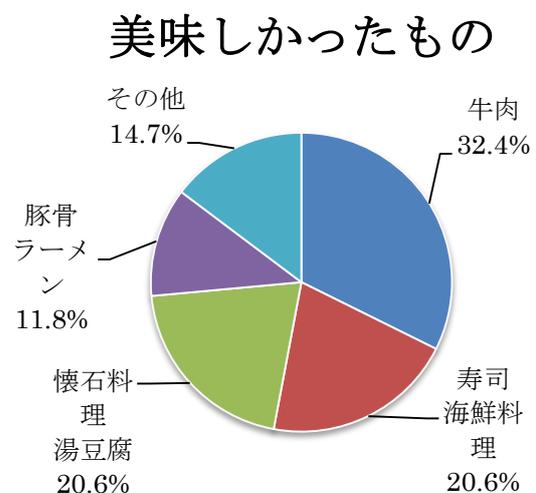
	回答数	比率
①土産用食料品	45	38.8%
②土産用小物	33	28.4%
③化粧品	23	19.8%
④家電製品	9	7.8%
⑤その他	6	5.2%
合計	116	100%



⑥美味しかったもの

美味しかったものは、牛肉が 32.4%と最も多く、次いで寿司・海鮮料理と懐石料理・湯豆腐が 20.6%であった。全体の中で牛肉・焼肉が群を抜いて高いが、聞き取りする中で、「日本の牛肉は自国の牛肉と全然違う」というコメントが多数あったのが印象に残っている。

	回答数	比率
①牛肉	33	32.4%
②寿司・海鮮料理	21	20.6%
②懐石料理・湯豆腐	21	20.6%
④豚骨ラーメン	12	11.8%
⑤その他	15	14.7%
合計	102	100%

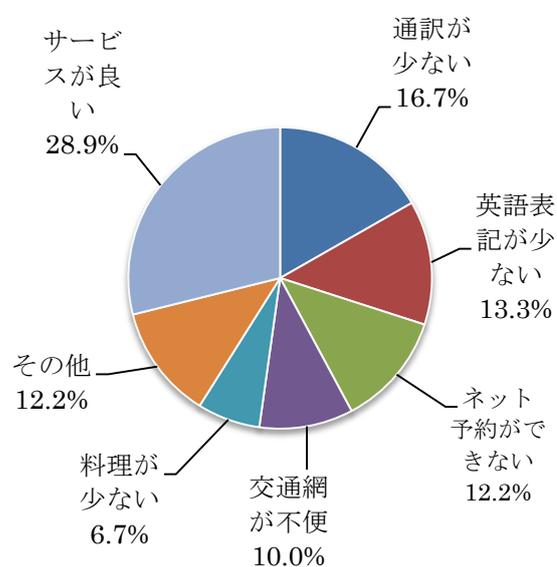


⑦利用・改善したいサービス

日本のサービスは良いという声が最も多く 28.9%であった。しかし、通訳が少ないが 16.7%、英語表記が少ないが 13.3%と外国語対応への要望が 30%と改善すべき点であろう。また、若い人からはネット予約ができないという声も 12.2%と多かった。

	回答数	比率
①通訳が少ない	15	16.7%
②英語表記が少ない	12	13.3%
③ネット予約ができない。	11	12.2%
④バスの表示がわからない。 乗り換えが多い。	9	10%
⑤料理が少ない	6	6.7%
⑥その他 ・ゴミ箱が少ない ・電子マネーが使えない ・駐車場が少ない	11	12.2%
⑦サービスは良い	26	28.9%
合計	90	100%

利用・改善したいサービス



3. アンケート調査結果の考察

今回の調査により、亀岡においても訪日外国人が増えているという実態が明らかになった。観光客の6割以上が外国人ということから、インバウンド対策をすることが観光業の売上アップに繋がることが伺える。また、6割のうち中国・台湾の観光客が4割超であり、かつ、彼らが富裕層であると思われることから、これらの国を意識した、ターゲット戦略が望ましい。

購入する商品については、やはり土産物が多いが、中国・台湾の文化は日本人と異なり、個包装の土産物は好まれず、求めやすい価格のものを複数個配ることが一般的なため、その点の意識が必要であろう。また、女性の観光客は土産物・自宅用問わず化粧品を購入しているのも注目である。

飲食については、和食より牛肉の方が好まれる点に注目である。聞き取り調査の中で、牛肉に対してのリアクションが懐石料理等に比べ大きかったことから、亀岡牛や丹波牛へのインパクトが強かったことが伺える。

また、割合は小さいもののラーメンについて、豚骨ラーメンは美味しいが、その他のラーメンは塩辛いというコメントが多数あった。この塩辛いというのは出汁のうまみ成分をさしており、日本人との味覚の違いが感じられた。

こうした結果から見えるのが、我々のイメージと実際に訪日外国人は異なるという事である。従来の訪日客であれば、先進国の日本に視察を兼ねた旅行に来ている方が多かったように思えるが、現在の訪日客は、田舎の日本に来てゆっくりしたいという方が増えているのが現状である。また、食べ物や土産物についても必ずしも純日本的なものだけを求めているわけではないという事を認識し、今後の展開を考えていただければ幸いである。